

Hukuk ve Kamu Yönetimi Politikalarında Yeni Medyanın Güçlü Etkisi: Sosyal Medya Yönetişimi¹

The Strong Impact of New Media On Law and Public Administration Policies: Social Media Governance

Ahmet NOHUTÇU * Enes YÖRÜKOĞLU **

ÖZET

1989'dan bu yana gelişerek yaygınlaşan yönetim kavramı hem teorik hem pratik bağlamda yönetim süreçlerinin yapı taşı oluşturulan bir muhtevaya sahiptir. Kamu yönetimi disiplininin temel araştırma noktalarından biri olan yönetim, yönetim faaliyetlerini içeren her organizasyon için önemli olduğu gibi hukuk politikalarının yapımı ve uygulanması sürecinde de etkin rol almaktadır. Dijital çağ ile birlikte ortaya çıkan teknolojik gelişmeler, hayatın farklı alanlarını etkilediği gibi, bilimsel çalışmaları ve kavramları da etkilemiştir. Dijitalleşmeyle birlikte devlet kavramı, e-devlet; vatandaş kavramı, e-vatandaş gibi değişimlere uğramıştır. Yönetişim ise, yirmi birinci yüzyılın başlarında dijital çağ yönetişimi kavramıyla yeni bir değişime uğramıştır. Çok kısa bir süre sonra da internetin, akıllı telefonların ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla yönetim kavramı 'sosyal medya yönetişimi' olarak dönüşüm yaşamıştır. En temel odak noktası vatandaşın yönetim sürecine katılımı olan yönetim kavramının sosyal medya aracılığıyla sağlanması ve vatandaşın sosyal medya üzerinden yönetim ve hukuk politikalarına etkilerinin incelenmesi bu çalışmanın temel araştırma konusunu oluşturmaktadır. Çalışmanın temel araştırma sorusu olarak da 'devlet politikalarının dijital çağın şartlarına uygun olup olmadığı' sorusu şeklinde ifade edilebilir. Bu minvalde, çalışma dahilinde bugüne kadar dijitalleşmeye yönelik gerek mevzuat gerek pratik açılarından yapılanlar incelenmiş, yapılması gerekenlere yönelik de tavsiyeler paylaşılmıştır.

Anahtar Kavramlar: *Sosyal Medya Yönetişimi, Dijital Devlet, Hukuk ve Sosyal Medya, Yönetim ve Sosyal Medya.*

ABSTRACT

The concept of governance has a content that forms the building block of management processes in both theoretical and practical contexts, which has developed and become widespread since 1989. Governance, one of the fundamental research points of the public administration discipline, is important for every organization that includes management activities and also plays an active role in the process of making and implementing legal policies. Technological developments that emerged with the digital age have affected all areas of life and have also had a serious impact on scientific studies and concepts. With digitalization, the concept of state, e-government; The concept of citizen has undergone changes such as e-citizen. Governance, on the other hand, has transitioned to a new dimension with the concept of digital age governance in the early twenty-first century. In a very short time, with the spread of the internet, smartphones and social media, the concept of governance transformed into 'social media governance'. The main research subject of this study is the provision of governance, whose main focus is the citizen's participation in the management process, through social media and the citizen's influence on management and legal policies through social media. Likewise, another issue is the question of whether state policies are taking steps in line with the conditions of the digital age. In this regard, within the scope of the study, what has been done so far regarding digitalization in terms of both legislation and practice has been examined and recommendations for what needs to be done have been shared.

Keywords: *Social Media Governance, Digital Government, Law and Social Media, Governance and Social Media.*

¹ Bu makale 26-28 Ekim 2023 tarihleri arasında Kırıkkale'de düzenlenen 23. Uluslararası Kamu Yönetimi Forumu'nda (KAYFOR23) aynı başlıkla sunulan ve özeti KAYFOR23 bildiri özet kitabında yer alan bildirinin tam metin hâlidir.

* Prof. Dr., İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, E-posta: anohutcu@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-1813-1223

** Dr. Adayı, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, E-posta: eyorukoglu@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-8931-8685

GİRİŞ

Hukuk bilimi ve kamu yönetimi disiplini özü itibariyle tüm teknolojik, sosyo-ekonomik, konjonktürel unsur ve bileşenlerden doğrudan etkilenen iki sosyal bilim dalıdır. En genel tanımıyla toplumsal kuralları tanımlayan, sınırları çizen hukuk bilimi ve bu kuralları uygulayan ve sınırların korunmasını sağlayan kamu yönetimi disiplini insan hayatının her safhası ile ilgilenmektedirler. Bu sebeple bu iki bilim dalı bireylerin, toplumun arzu ve isteklerine, ihtiyaçlarına cevap vermek ve gerçekleşen her toplumsal olay karşısında aksiyon göstermek zorundadırlar.

Kamu yönetimi disiplininde gerçekleşen çeşitli devrimlerle birlikte 1980'lerden itibaren kapalı, bürokratik, kırtasiyeci, vesayetçi yönetim tarzları terkedilmiştir ve bunların yerine; yeni kamu yönetimi, yeni kamu hizmeti, yönetim gibi kavramlarla ve yaklaşımlarla yeni yönetim tarzları oluşturularak vatandaşın birçok yönetim faaliyetinden haberdar olduğu ve bu faaliyetlere katılabildiği mekanizmalar meydana getirilmiştir. Devlet ve vatandaş arasında karşılıklı bir etkileşime dayanan yönetim tarzını ifade eden yönetim kavramı, kamu yönetimi literatürüne kısa bir zaman önce girmiş olmasına rağmen, ortaya çıkışından bu yana ülkelerin yönetim yapılarının iyi yönetim ilkeleri çerçevesinde mukayese edilmeye başlanmış ve bu doğrultuda yönetim kalite düzeylerinin belirlenmesine yönelik kapsamlı araştırmalar yapılmıştır (Saran, 2004). Yönetişim, 21. yüzyılda karşımıza çıkan devasa teknolojik gelişmelerle birlikte ise 'dijital çağ yönetişimi' kavramına doğru evrilmiştir. Dijitalleşmeyle birlikte ortaya çıkan e-devlet, e-vatandaş gibi kavramlarla birlikte anılan dijital çağ yönetişimi kavramı; devletin dijital mecralar aracılığıyla hesap verilebilirliğini hayata geçirmiş, vatandaşın dijital kanallar yoluyla yönetime katılmasına olanak sağlamıştır. Bu kavram özellikle son on-on beş yıldır sosyal medya uygulamalarının yaygınlaşmasıyla birlikte geniş bir uygulama alanı bulmuş ve özellikle son yıllarda değişim göstererek sosyal medya yönetişimi kavramı (Zerfass, A., vd., 2011) ortaya çıkmıştır.

Günümüzde Facebook, Twitter, Instagram ve bunlar gibi sosyal medya araçlarına bakıldığında, bireylerden siyasi partilere, küçük işletmelerden büyük şirketlere kadar birçok kişi ve kurum bu mecralarda kendine bir alan ve kitle oluşturmayı hedeflemektedir. Nitekim, bu hedef sağlandığında, gerektiği takdirde çok kısa bir süre içinde yüz binlerce, milyonlarca insana ulaşmak mümkün hale gelmektedir.

Sosyal medya olgusuna hukuk ve kamu yönetimi açısından bakıldığında ise, yaşanan herhangi bir olayın sadece birkaç kişi tarafından paylaşılmasıyla başlayan etkileşim dalgası çok kısa bir süre içinde bir toplumsal mesele haline gelebilmektedir. Bu konunun farklı perspektiflerle değerlendirilmesi elzemdir. Nitekim, sosyal medyanın olumlu tarafları olduğu kadar olumsuz amaçlı kullanılması birçok dezenformasyonu beraberinde getirebilmektedir. Sosyal medyanın aktif ve etkin bir şekilde kullanılmasına olumlu taraftan bakılacak olursa; bazen hukukun, kamu idaresinin gözünden kaçan bir olaya dikkat çekilmesi, yapılan bir yanlış veya hatanın düzeltilmesi, vatandaşların isteklerinin üst makamlara kadar iletilmesini sağlamaktadır. Normal şartlarda uzun süreçlere maruz kalacak birçok sorun böylelikle kısa sürede çözüme kavuşmaktadır. Fakat diğer taraftan bakıldığında, sosyal medyanın yanlış ya da manipülasyon amacıyla kullanılması da çeşitli sorunları beraberinde getirmektedir. Bunun temelinde de -her ne kadar TBMM'de dijital mecralar komisyonu kurulmuş ve çeşitli yasama faaliyetleri gerçekleştirilmiş olsa da- sosyal medya hususunun mevzuata tüm detaylarıyla dahil edilememesi ve bazı teknik detayların ortaya çıkardığı

engellerin aşılammaması gibi sebeplerin yattığı öngörülmektedir. Bu bağlamda çalışma dahilinde de yönetim olgusunun ortaya çıkan yeni medya ile birlikte sosyal medya yönetişimine dönüşmesi, bununla birlikte sosyal medyanın hukuk ve kamu yönetimi üzerindeki etkileri ve son olarak da mevzuat açısından var olan kurallar ile olması gereken çalışmalar arasındaki mülahazalar ele alınmaktadır.

1.DÜNDEN BUGÜNE YÖNETİŞİM KAVRAMINA KISA BİR BAKIŞ

Dünya Bankası'nın 1989 yılında yayımladığı '*Sub-Saharan Africa: From Crisis to Sustainable Growth*' isimli raporu ile birlikte literatüre dahil olan yönetim kavramı kamu yönetimi camiasında büyük yankı uyandırmıştır. Öyle ki, birçok sosyal bilimci bu kavramı hem devletin yeteneklerini hem de devlet-toplum ilişkilerini anlamının yeni bir yolu olarak kullanmıştır (Nohutçu, 2002). 20. yüzyılın son çeyreğine denk gelen bu 'neo-modern okul' döneminde hali hazırda yönetim biliminin tekâmülü için yapılan çalışmalar, ortaya çıkan yeni kamu hizmeti veya yeni kamu işletmeciliği ya da anti-bürokratik yaklaşımların yanı sıra yönetim olgusu günümüze kadar uzanan temel bir olgu olarak ortaya çıkmıştır.

Kamu yönetiminde en temel şekliyle idare ve vatandaş arasında karşılıklı bir etkileşimin var olduğu, vatandaşın yönetim sürecine aktif ve etkin bir şekilde dahil olduğu şeffaf ve hesap veren bir yönetim biçimini ifade eden yönetim, vatandaşlara yönetim faaliyetlerinde ve karar alma sürecinde etkin bir şekilde rol alma olanağı sunmaktadır (Eryılmaz, 2017.). Kavramın ortaya çıkışından bu yana bakıldığında, bireylerin hükümet, belediye veya il idaresi boyutlarında çeşitli katılımlar gösterdiği fakat bunların beraberinde zorlukların olduğu bilinmektedir. Bir vilayet sınırı içinde tüm vatandaşların yönetim faaliyetine katılmak istemesi durumunda yaşanabilecek kaosun, problemlerin yanı sıra binlerce vatandaşın nerede ve nasıl katılımının sağlanacağı müphem bir konudur. Bu sebeple 'kent konseyi' gibi mekanizmalar kurulsa da bununla beraber temsiliyet meselesi gündeme gelmektedir. Yani bireyler temsilci gönderebilse de yönetim sürecine bizatihi katılmaları pek mümkün olmamaktadır. İlgili yazında, geleneksel yönetim anlayışının tam zıttı ve bu anlayışın ötesinde olan yönetim kavramının literatürde; *siyasi yönetim, iktisadi yönetim, idari yönetim, küresel yönetim, iyi yönetim* gibi farklı türlerini görmek mümkündür (Özer, 2017). Bu kavramların biraz daha ötesine taşınmış versiyonuyla çağımızın ihtiyaçlarına uyarlanmış hali olan *dijital yönetim* ise bu bölümün esasını teşkil etmektedir.

Dünyadaki teknolojik gelişmeler doğrultusunda ortaya çıkan radikal değişimler ile birlikte tezahür eden yönetişimin yeni türleri son olarak dijital yönetim adıyla tartışılmaya başlanmıştır. Politika, kültür, ekonomi, sanal vb. yaşamın her alanını derinden etkileyen dijitalleşme süreci hukuk ve kamu yönetimi bilimini de bir dönüşüm sürecine dahil etmiştir (Yörükoğlu, 2021). 1990'lı yıllarda bilişim teknolojilerinde meydana gelen büyük değişim dalgalarının dönüştürücü etkileri ilk etapta çok kısıtlı olsa da kamu kurumlarının dijitalleşmeye uyumlulaştırma süreci, önceden var olan kurumsal kültürleriyle ahenkli hale getirilerek kapsamlı bir şekilde uyarlanmış ve böylelikle kamu hizmetlerinin sunumunda dijitalleşmeye geçiş başlamıştır (Dunleavy vd. 2005). Dunleavy ve arkadaşları tarafından ortaya atılan dijital çağ yönetişimi, dünyada her alanı etkileyen değişim ve dönüşümün yönetim kavramına da yansımış halini ifade etmektedir. Nitekim, eskiden var olan devlet kavramı 'e-devlet' olarak, kamu hizmeti kavramı 'dijital kamu hizmeti', evrak kavramı 'dijital evrak', vatandaş kavramı 'dijital vatandaş' olarak değişmeye ve dönüşmeye başlamıştır. Bunlarla birlikte çoğu bürokratik faaliyetlerin uygulanma süreçleri de dijital kanallar aracılığıyla

gerçekleşmektedir. Bunlara da örnek verilecek olursa en basit haliyle doktor randevusu almak için hastaneye gitmek, bir sabıka kaydı almak için adliyeyi gezmek, üniversite kaydı yapmak için veya basit bir öğrenci belgesi için ilgili üniversiteye gidip saatlerce beklemek gibi hem zaman açısından hem evrak-ulaşım gibi masraflar açısından hem de kişinin sarf edeceği enerji açısından birçok israfın ve meşguliyetin geçerliliğini yitirdiğini söylemek mümkündür. İşte böylesine faydalı gelişmelerin yegâne sebebi teknoloji ve teknolojinin dijital yönetim gibi kavramlarla devlet idaresinde ve kamu yönetiminde etkin bir şekilde uygulanmasıdır.

Verilen örnekler dijitalleşmenin etkisiyle kamu yönetiminde değişen olguların devletin dijitalleşmesi ve kamu hizmeti boyutunu oluşturmaktadır. Bunların yanı sıra, bahsedilen yönetim kavramındaki en önemli ve kritik konulardan biri olan ‘karar alma sürecine katılım’ meselesinin dijital çağ yönetimi ile birlikte gösterdiği değişimdir. Normal şartlarda, bakanlıklar veya çeşitli yönetim unsurlarının vatandaşların fikirlerini almak için paylaştıkları online anketler dijital çağ yönetimi açısından dijital katılım olarak değerlendirilse de sosyal medya olgusunun ortaya çıkışı ile birlikte katılım süreci çok daha dinamik ve çok daha sıra dışı bir hale gelmiştir. Yediden yetmişe vatandaşların sosyal medya üzerinden hukuk icraatları ve yönetim politikalarına yönelik düşüncelerini aktif bir şekilde paylaşması, devletin organlarının bu paylaşımları takip etmesi durumu da ‘sosyal medya yönetimi’ kavramını ortaya çıkarmıştır. İlerleyen bölümde de sosyal medya mecraları ile bu kavramın arasındaki bağlamın analizi gerçekleştirilmektedir.

2.DİJİTALLEŞME: SOSYAL MEDYA VE SOSYAL MEDYA YÖNETİŞİMİ

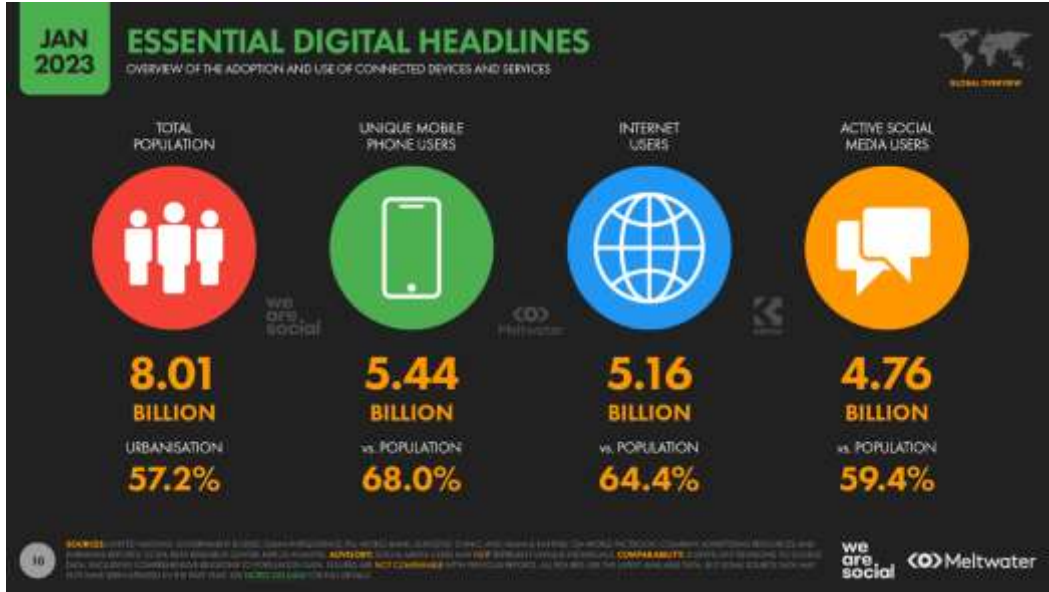
Dijitalleşme kavramı tıpkı ateşin ya da matbaanın bulunması gibi dünya tarihinde yeni bir dönüm noktasını ifade eden, yeni bir çağ açan devasa bir kavramı teşkil eder. Literatüre bakıldığında bu kavramın en temel anlamı itibariyle karşılaşılan tanımı şu şekildedir: Dijitalleşme, bir iş modelini değiştirmek, yeni gelir ve yeni değer üreten fırsatlar sağlamak için teknolojik imkanların kullanılmasıdır (Bapat, 2018).

Günümüzde geniş bir perspektiften bireylere, toplumlara, şirketlere, devletlere ve içinde bulunulan mekanlara bakıldığında, teknolojinin kullanımının hayatın her safhasına yayıldığını görmek mümkündür. İnternetin ve akıllı telefonların dünyanın her tarafında yayılmasıyla, teknolojik gelişmeler yeni doğan bebeklerden emekliye ayrılmış yaşlı bireylere kadar herkesi doğrudan ya da dolaylı şekilde etkilemektedir. En basit haliyle, anne-babalar eskiden olduğu gibi çocuklarını sallayarak uyutmak yerine hassas algılayıcıları olan ve bebeği, üzerindeki dijital donanımıyla otomatik şekilde sallayan beşikler ile uyuturken; teknolojiye tam hâkim olamayan yaşlılarımız ise kendilerinden yaşça küçük yakınları aracılığıyla hastane randevusu almaktan, fatura ödemesi yapmaya kadar dijital mecraları gündelik yaşamın birçok safhasında kullanmaktadır.

Bu duruma gençler açısından bakıldığında, özellikle, Z kuşağı olarak adlandırılan ve 2000 yılından sonra doğan genç bireylerimizin birçoğu teknolojiye bağımlı bir şekilde hayat sürmektedir. Bağımlı ifadesinin kullanılmasındaki sebep, genç kuşağın dijitalleşme sayesinde işlerini online işlemler ile yapmakla yetinmemekle birlikte yirmi birinci yüzyılda adeta iletişimin temeli haline gelen sosyal medyaya bağımlılıklarının oluşmasıdır. Şu an dünyada dijitalleşme ile teknolojinin ve sosyal medyanın kullanımına bakıldığında, dünya nüfusunun yarısından fazlasının aktif şekilde çeşitli medya platformlarını kullandığı görülmektedir. *We Are Social* araştırma şirketi tarafından yapılan çalışmalar neticesinde ortaya çıkan 1 numaralı tabloya bakıldığında dünya nüfusu, telefon

kullanıcı sayısı, internet erişimi olan kişi sayısı ve sosyal medya kullanıcıların sayısı ve bunların dünya nüfusuna oranları açıkça görülmektedir.

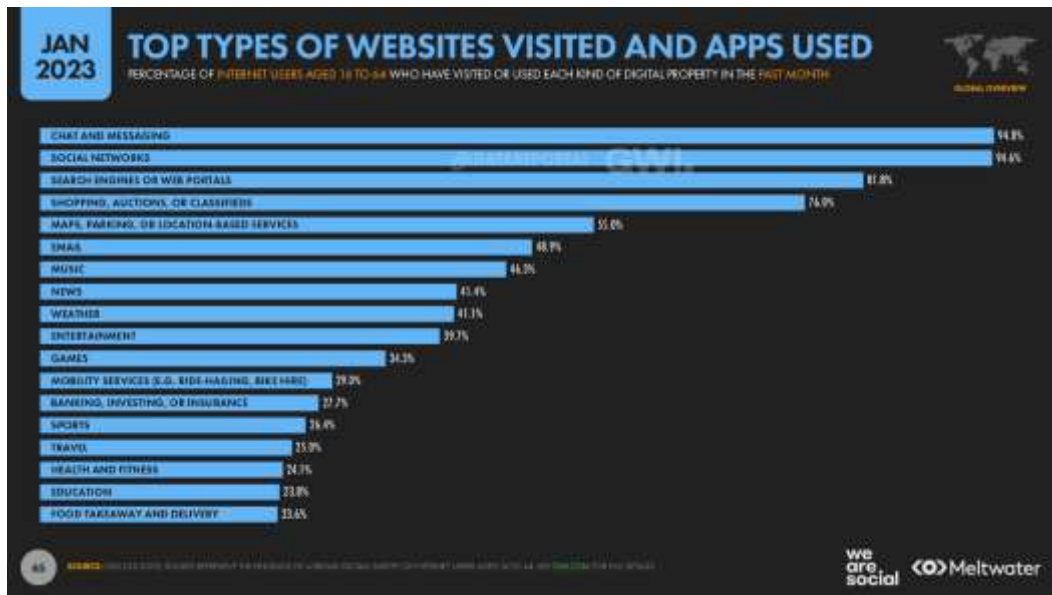
Tablo 1. Dünya Nüfusuna Göre Telefon, İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Oranları



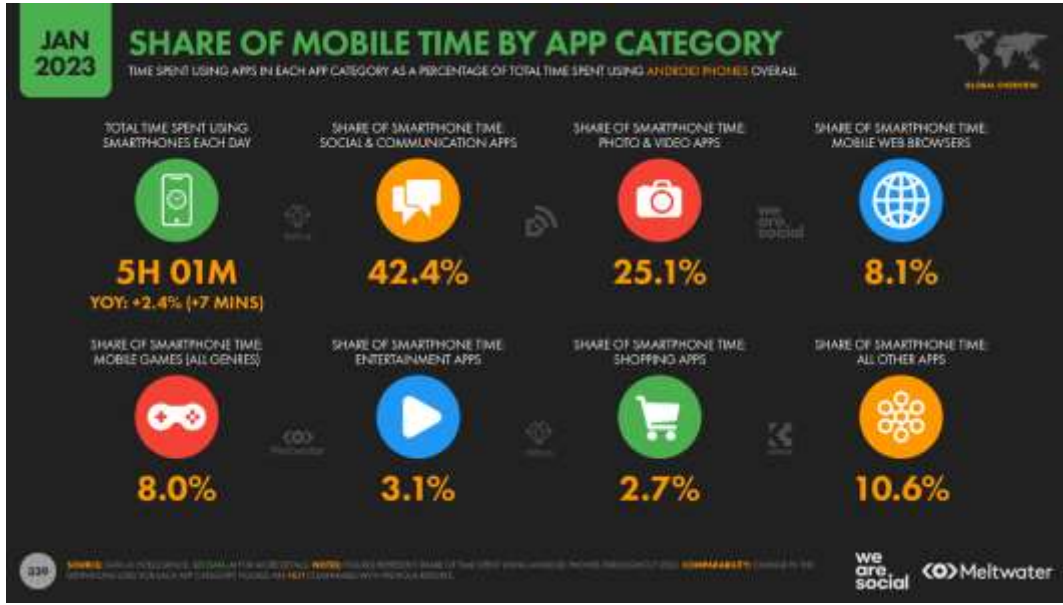
Kaynak: We Are Social Digital 23 Report

Tablo 1 incelendiğinde, Haziran 2023 itibariyle dünya nüfusunun toplamı olan 8.01 milyar insandan 5.44 milyarının cep telefonu kullanmakta, 5.16 milyarının internete erişiminin bulunmakta ve 4.76 milyarının aktif olarak sosyal medyayı kullanmakta olduğu görülmektedir. Dünya nüfusunun yarısından fazlasının sosyal medya kullanıcısı olduğu düşünüldüğünde, bu rakamlar aslında sosyal medya gücünün ne kadar büyük bir güç olduğunu bizlere aşikâr göstermektedir.

Tablo 2: Dünyada En Çok Ziyaret Edilen İnternet Siteleri ve Kullanılan Uygulamalar



Kaynak: We Are Social Digital 23 Report

Tablo 3. Dünyada Ortalama Telefon Kullanımı Süresi ve Bu Sürenin Oransal Dağılımı

Kaynak: We Are Social Digital 23 Report

Tablo 2 ve 3'e bakıldığında ise, dünyada en çok ziyaret edilen internet sitelerinin türleri ve kullanılan uygulamaların sohbet etme, mesajlaşma ve sosyal bağlantı (medya) platformları olarak dağılım gösterdiği tespit edilmektedir. Aynı şekilde devamındaki verilerde dünyada günlük telefon kullanımının ortalama 5 saat 1 dakika olduğu bilinmektedir. Bununla birlikte bu kullanımın %42,4'ünü, yani neredeyse yarısını sosyal medya meşgul etmektedir. Bu temel veriler analiz edildiğinde elde edilebilecek en temel çıkarımlar şunlardır: Dünya nüfusunun yarısından fazlası olan 5.16 milyar insanın sosyal medya kullanıyor olması demek, bireylerin gösterdiği temel bir çabayla birlikte sadece ülke içinde bulunan topluma değil, dünya toplumlarına kadar ulaşması mümkün hale gelmektedir.

Böylesine güçlü kalabalıkların bulunduğu mecralarda devletin aktif rol alması kaçınılmazdır. İnsanların yoğun bir etkileşim içinde bulunduğu Instagram, Twitter, Youtube vb. sosyal medya platformları artık devletlerin de toplumlarıyla iletişim kurma aracı haline gelmiştir. Cumhurbaşkanı, bakanlar, üst düzey kamu yöneticileri, belediye başkanları vb. devlet idaresinde bulunan çeşitli sorumluluk sahibi yöneticiler buldukları hizmet bölgesi için yaptıkları faaliyetleri sosyal medya aracılığıyla vatandaşlar ile paylaşır hale gelmişlerdir. Aslında bu duruma yönetim bilimi açısından bakıldığında yönetişimin temel unsurlarından olan 'hesap verilebilirlik' ve 'şeffaflık' ilkelerinin nispeten yerine getirildiği ve yönetim faaliyetlerinin vatandaşa sosyal medya aracılığıyla aktarıldığı görülmektedir. Yine aynı şekilde medyadan duyurulan hizmetlerin bütçeleri ve giderleri de ilgili hizmet birimlerinin, bakanlıklar, belediyeler gibi kurumların raporlarında ve internet sitelerinde yer almaktadır. Devletin vatandaş ile iletişime geçmesi gibi, vatandaşlar da artık sosyal medya aracılığıyla devletin birçok birimine ulaşmaktadır. Minimal düzeyde düşünüldüğünde, belediye işleri ile alakalı bir şikayetini veya memnuniyetini belediye başkanını, ilgili daire başkanını, belediyenin sosyal medya hesabını sosyal medya hesaplarında paylaşım esnasında etiketleyen bireyler aslında direkt mesaj atmadan, dilekçe yazmadan, mektup göndermeden belediyenin tüm

organlarını yaptığı paylaşımın etkileşimine dahil etmektedir. Günümüzde karşılaşılan örnekler itibariyle de hemşehrilerin bu paylaşımlarını belediyeler aktif bir şekilde takip etmektedir.

Bunlara benzer örnekler vermek daha üst düzey yöneticiler açısından da geçerlidir. Örneğin, ülkemizde vuku bulan bazı olayların, suç fiillerinin yargı alanı il sınırlarındayken, ilgili olayın sosyal medyada toplumun bir kesimi tarafından gündeme getirilmesiyle bizzat ilgili bakanlığın konuyu takibe alıp açıklama yaptığı durumlarla çok sık karşılaşılmaktadır. Aslında bu olaylara biraz daha geriden ve geniş bir perspektiften bakıldığında yönetim olgusunun gerçekleştiği, idare organlarının hesap verdiği, cevap verdiği, vatandaşın sorduğu, karar alma süreçlerinde etkin olduğu söylenebilir. İşte tam olarak burada bütün bunların sosyal medya aracılığı ile yapılması da ‘sosyal medya yönetimi’ (Flew, 2015) gibi tanımları karşımıza çıkarmıştır.

Sosyal medya yönetimi konusu ele alınırken, standart medya kulisleri ve kamuoyu oluşturma faaliyetlerinin akıllara gelme ihtimali yüksektir. Fakat, klasik medya ve sosyal medya arasında ciddi farklılıklar söz konusudur. Bunların en temelini ise, klasik medya organlarının kısıtlılığı ile sosyal medya mecralarının sınırsızlığı arasındaki zıt ilişki oluşturmaktadır. Nitekim, eski yayın organları hükümetler tarafından kanuni çerçevede dahilinde ya da başka dengesiz güçler tarafından ne kadar rahatlıkla sınırlandırılabilirse, sosyal medyanın sınırlandırılması da tam tersine çok zor bir durumu göstermektedir.

Sosyal medyanın yönetim faaliyetleri veya yönetim organlarıyla alakalı nasıl bir rol alabildiği verilen örneklerle idrak edilmiştir. Tıpkı idari faaliyetlerde olduğu gibi, hukuk politikaları ve yargı organlarının kararları üzerinde de ciddi bir etkiye sahip olan sosyal medya, günümüzde bizlere çok şaşırtıcı örnekleri de beraberinde yaşatmaktadır. Bunları somut olaylarla temellendirmek gerekirse, 25.10.2019 tarihinde NTV haber tarafından atılan “*İstanbul'da 19 yaşındaki kızına şiddet uyguladığına dair görüntülerin sosyal medyada infial yaratması üzerine tutuklanan şüpheli baba 9 gün sonra adli kontrol şartıyla tahliye edildi.*” manşetinde ve Euronews (2020) tarafından yapılan haberin devamında şu ifadeler yer verilmiştir:

“Neredeyse gün aşırı yaşanmaya başlanan bu olayların bir örneği İstanbul'da 19 yaşındaki kızı Tuğba'ya işkence yapmakla suçlanan babanın hali hazırda uzaklaştırma cezası olmasına ve Tuğba'nın darp edildiği görüntülerle karakola başvurmuş olmasına rağmen nöbetçi savcı, baba Muzaffer A.'yı serbest bırakmıştı. Sosyal medyada görüntülerin tepki toplaması sonucu Muzaffer A. hakkında yeniden yakalama kararı verildi ve Muzaffer A., ancak o şekilde tutuklandı.”

Görülebileceği üzere, mağdur kişinin şikâyeti, verdiği ifadeler, deliller savcılık nezdinde yetersiz kalsa da sosyal medyanın olaya dahil olmasıyla birlikte ciddi bir gücü arkasına alan mağdur sıfatındaki 19 yaşındaki genç kız, failin tutuklanmasıyla güvence altına alınmıştır. Olayın daha da ötesine bakıldığında konunun dönemin Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Zehra Zümrüt Selçuk'a kadar gittiği ve Selçuk'un yine sosyal medya mecrası olan Twitter üzerinden şu açıklamayı yaptığı yine Euronews (2019) haberinde belirtilmiştir:

“Tuğba kızımızın şiddete maruz kaldığı görüntüler hepimizi derinden sarstı. Şiddet kimden ve nereden gelirse gelsin asla kabul edilemez. Bakanlık olarak Tuğba kızımız ile iletişim halindeyiz. Sosyal inceleme süreci devam etmekte. Olayın hukuki boyutunu yakından takip edeceğiz.”

Verilen örnekte de aşikâr olmak üzere, sosyal medyanın gösterdiği tepki yargı organlarının bir olay karşısında verdiği karara direkt olarak etki etmektedir. Bunun gibi birçok olayda yargı organları tarafından salıverilen bir şüphelinin, gerçekleştirdiği olayın sosyal medyada gündem olduktan sonra tutuklanması gibi durumlar görülebilmektedir. Yönetim ve hukuk pratiğindeki sosyal medya etkisinin ne derece etkili olduğu verilen örneklerle tespit edilmiştir. Sonraki bölümde de ülkemizdeki sosyal medyaya yönelik mevzuat çalışmaları yani, teorik kısmı günümüz bağlamında incelenip eksi ve artı yönleri ele alınıp çeşitli boyutlarıyla değerlendirilecektir.

3.MEVZUAT VE PRATİK ÇALIŞMALARI: “OLANLAR” VE “OLMASI GEREKENLER”

Ülkemizde ve dünya genelinde, 21. yüzyılın artık dijital çağ olarak adlandırıldığı bilinmektedir. Özellikle Kovid-19 pandemisiyle birlikte ortaya çıkan sokağa çıkma kısıtlamaları, eve kapanmalar bireyleri ve toplumları dijital mecralara ve sosyal medyaya yönlendiren en temel ve harekete geçirici unsurlardan birkaçı olmuştur. Sosyal temasların mümkün mertebe azaltıldığı, esnek ve uzaktan çalışma düzenlerine geçildiği pandemi döneminde özellikle bürokratik işleyişte esnemelerin olduğu söylenebilir.

İşyerleri için lüks eşyalarla döşenmiş, büyük ve bütün çalışanların bir arada olduğu ofisler yerine uzaktan çalışma sistemlerine; binlerce öğrencinin onlarca farklı fakülte ve yüzlerce farklı derslikte ders gördüğü üniversitelerden uzaktan öğretim/öğrenim modeline; bürokraside gerek uluslararası gerek ulusal toplantılar için kat edilen binlerce kilometrenin ve toplanma alanlarının bir kenara bırakılıp e-toplantı modeline geçişi gibi gündelik hayatın birçok farklı alanında radikal değişimler meydana gelmiştir. Bununla birlikte doğası itibariyle ihtiyaç olarak ortaya çıkan sosyalleşme eylemini gerçekleştiremeyen insanların tamamen dijital mecralar üzerinden sosyal medyaya yönelmesiyle dijital çağın başladığı açıkça anlaşılmış oldu.

Tüm konjonktürel değişimleri ve dinamikleri sıkı sıkıya takip eden devletler de dijital çağ ile ilgili çeşitli önlemler almak üzere farklı çalışmalar gerçekleştirmeye başlamıştır. Ülkemizde de Cumhurbaşkanlığı bünyesinde 2018 yılında kurulan ‘*Dijital Dönüşüm Ofisi*’, 2020 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi bünyesinde kurulan ‘*Dijital Mecralar Komisyonu*’ ve ortak çalışmalar neticesinde ortaya çıkan, vatandaşlar tarafından ‘*sosyal medya düzenlemesi*’ olarak bilinen 7253 sayılı ‘*İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun*’ ile birlikte tamamen sınırsız şekilde hareket etme alanına sahip olan sosyal medya uygulamalarının ortaya çıkardığı sorunları çözüme kavuşturmak ve sorun potansiyeli taşıyan konular için önlemler almak adına önemli bir adım atılmıştır.

Bu düzenleme neticesinde, aylık en az bir milyon ve üzeri kullanıcısı olan tüm sosyal medya platformlarına çeşitli sınırlandırmalar ve yükümlülükler getirilmiştir. Bunlardan bazıları şu şekilde sıralanabilir:

- Türkiye’de temsilci bulundurmak, (eğer bu temsilci gerçek kişi olacak ise ‘Türk vatandaşlığı’ bulunmak şartı vardır.)
- Türk kullanıcıların verilerinin Türkiye’de saklanmasına yönelik gerekli tedbirleri almak.

- Herhangi bir olay veya konu ile ilgili Türkiye Cumhuriyeti Devleti temsilcisinden gelen her türlü bilgi isteğini ivedilikle karşılamak.

Ayrıca 7253 sayılı mezkûr kanunun 6. maddesi ve 4. fıkrasında da yer aldığı üzere uygulama şirketlerinden 6 aylık dönemlere ait Türkçe raporların “Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu”na verilmesine hükmetmiştir.

Ülkemizde bu hususta atılan diğer bir somut adım ise, TBMM bünyesinde kurulan dijital mecralar komisyonudur. Bu komisyonun yapısı incelendiğinde, TBMM’nin ilgili web sayfasında komisyonun temel amacı şu şekilde ifade edilir (tbmm.gov.tr):

“Dijital Mecralar Komisyonu 23/7/2020 tarihli ve 7252 sayılı Dijital Mecralar Komisyonu Kurulması ile Bazı Kanunlar Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun’un 1’inci maddesi ile kurulmuştur. Komisyon; kanunlara, bireylerin kişilik haklarına, özel hayatın gizliliğine ve diğer temel hak ve özgürlüklere aykırı yahut çocukların fiziksel ve psikolojik gelişimlerine zarar verici şekilde internet kullanımının önlenmesi amacıyla alınan tedbirler ile yapılan iş ve işlemler hakkında inceleme, görüşme, raporlama, tavsiye ve görüş bildirme işlemlerini yürütmek üzere kurulmuştur.”

Komisyonun temel yapısı itibariyle dijital çağın devlet açısından getirdiği çeşitli sorumlulukları tespit ettiği, bu doğrultuda araştırmalar yaptığı ve çeşitli yasama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için tavsiyelerde bulunduğu görülmektedir. Dijital Mecralar Komisyonu’nun 13 Temmuz 2023 tarihinde gerçekleştirdiği ilk toplantısında sanal mecralarda yasalara aykırı amaçlar olduğu bilinen ‘darkweb’ ve sosyal medya uygulamaları üzerinden gerçekleştirilen hakaret, iftira, manipülasyon, karalama ve dezenformasyon gibi fiiller ele almıştır.

Dijital çağın sunduğu şartlar karşısında en uygun aksiyonu gösterebilmek için ülkemizdeki en önemli gelişmelerden birisi de Dijital Dönüşüm Ofisi’nin kurulmasıdır. 2018 yılında Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçişle birlikte 1 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesiyle kurulan ofis, özel bütçeli, kamu tüzel kişiliğini haiz, idari ve mali özerkliğe sahip olarak şekillendirilmiştir. Dijital Dönüşüm Ofisi’nin görevlerinden bazıları şu şekilde sıralanabilir (Nohutçu, 2022):

- Cumhurbaşkanı tarafından belirlenen amaç, politika ve stratejilere uygun olarak *kamunun dijital dönüşümüne öncülük etmek*, Dijital Türkiye (e-devlet) hizmetlerinin sunumuna aracılık etmek, kurumlar arası iş birliğini artırmak ve bu alanlarda eşgüdümü sağlamak,
- *Kamu dijital dönüşüm yol haritasını hazırlamak*,
- *Bilgi güvenliğini ve siber güvenliği artırıcı* projeler geliştirmek,
- *Kamuda büyük veri* ve gelişmiş analiz çözümlerinin etkin kullanımına yönelik stratejiler geliştirmek,
- Kamuda öncelikli proje alanlarında *yapay zekâ* uygulamalarına öncülük etmek ve koordinasyonu sağlamak vd.

Mezkûr kararname ile ofise yüklenen görevlerden bazıları yukarıda görülmektedir. Bu görevlere ilaveten kararnamede bilgi güvenliği, siber güvenlik, yapay zekâ, dijital dönüşüm, büyük veri gibi dijital çağın en önemli kavramlarına açıkça yer verildiği görülmektedir. Bunların yanı sıra, Dijital Dönüşüm Ofisi'nin web sayfasında (cbddo.gov.tr) şu başlıklar altında yer verilen sloganlar meselenin ciddiyetinin farkındalığını göstermektedir:

- Dijital Dönüşüm: “İnsan, iş süreçleri ve teknoloji arasındaki bütüncül dönüşüm...”
- Dijital Türkiye: “Kamuda bürokratik engelleri kaldırıyoruz...”
- Yapay Zekâ: “Teknolojiyi sadece tüketen değil üreten bir Türkiye olmak için...”
- Büyük Veri: “Veriden değer üreten güçlü Türkiye...”
- Siber Güvenlik: “Dijital topraklarımızı korumayı ulusal güvenliğimizin en önemli bileşeni olarak görüyoruz...”

Özellikle son slogandaki “*dijital toprak*” vurgusu, Türkiye’de teknolojiye ve dijitalleşmeye ne kadar önem verildiğini, siber güvenliğin sağlanmasındaki her türlü önlemin alınıp, her türlü adımın sıkı sıkıya takip edildiğini göstermektedir.

Görüldüğü üzere ülkemizde hem mevzuat bağlamında hem de pratik açıdan geniş tedbirler alınmaktadır. Fakat, bu girişim ve gelişmelerin yanı sıra, özellikle sosyal medya mecralarında halen çözülemeyen sorunlar da varlığını sürdürmektedir. Günümüzde karşılaşılan en büyük problemlerin başında sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen dolandırıcılık, hakaret, iftira suçları gelmektedir. Bu konu mevzuat açısından, özellikle, ceza hukuku bağlamında değerlendirildiğinde suçun nerede veya ne aracılığıyla işlendiğinin çok önemi yoktur, önemli olan hukuka aykırı bir fiilin gerçekleşmesi ve mağduriyet veya mağdurların oluşmasıdır. Örneğin, Türk Ceza Kanunu 125. maddede düzenlenen hakaret suçu sokakta, telefonda, toplu taşımada veya sosyal medyada fark etmeksizin günlük rutinin herhangi bir anında karşılaşılabılır bir suçtur. Bu suç sosyal medya üzerinden gerçekleştirildiğinde failin tespiti için harekete geçen kolluk kuvvetleri ve yargı organları, eğer şüphelinin adı ve soyadı net ise “mernis” aracılığıyla, takma ad kullanılıyorsa çeşitli teknik takipler aracılığıyla IP tespiti, konum tespiti vb. tekniklerle ilgili kişiye ulaşır. Lakin, bazı durumlarda sayılan teknik takipler yetersiz kalmakta, şüphelinin tespiti zorlaşmakta ya da imkânsız hale gelmektedir.

Bunun gibi bir duruma örnek vermek gerekirse; ‘A123’ takma adı ya da diğer bir deyişle ‘nickname’i olan ve sosyal medya jargonunda ‘fake hesap’ olarak bilinen bir hesap üzerinden gerçekleştirilen bir hakaret veya dolandırıcılık suçunun yargı yoluyla bedelinin ödetilmesi için ilgili şüphelinin tespit edilmesi gerekir. Bunun için yapılacak ilk çalışmalardan biri IP adresinin ve konumun belirlenmesidir. Fakat, çeşitli uygulamalarla birlikte sahte IP adresleri kullanılabilir ya da ilgili adres ve konum saptırılabilir. İkinci bir yöntem, hesabın açıldığı e-posta adresi üzerinden bir yol haritası çizmek olabilir, nitekim e-posta adresi almak için genelde ya aktif bir e-posta adresi referansı ya da telefon numarası istenmekle beraber bu yöntem de sahte oluşturulmuş bir e-posta üzerinden hareket ediliyorsa başarılı olamayacaktır. Mail adresi oluşturulurken kullanılan telefon numarasının bir zamanlar Türkiye’ye giriş yapmış, telefon numarası almış bir mülteciye ait olduğu ve bu telefon numarasını dolandırıcıların eline geçmiş olduğu düşünülürse, suçu işleyen şüpheliye

ulaşmak neredeyse imkânsız hale gelmektedir. Bu ve bunlar gibi sebeplerden dolayı alınması gereken tedbirler hususunda biraz daha detaylı çalışmaların yapılması elzemdir.

Bu araştırma dahilinde, sosyal medya üzerinden işlenmesi muhtemel suçlara yönelik alınabilecek tedbirler konusunda bazı görüşler tezahür etmiştir. Bunlara bakılacak olursa;

- Sosyal medya ve diğer dijital mecralara yönelik siber güvenlik eğitimlerinin ortaokul düzeyinden başlayarak toplumun tüm düzeylerinde yaygın hale getirilmesi,
- Sosyal medya hesapları açılışının ve girişlerin e-devlet aracılığıyla yapılması,
- Hesap açılışında ve girişlerde “kişiyeye ait” telefon numarası zorunluluğu,
- Bir kişiyeye ait en fazla iki hesabın olabileceği yönünde bir kısıtlama,

ve bunlar gibi bazı tedbirlerin, faillerin kimliği gizleyememesi sebebiyle sosyal medya üzerinden işlenebilen hakaret, dolandırıcılık gibi suçları azaltabileceği öngörülmektedir.

Burada önleyici önlemlerin tavsiye edilmesi bazı görüşler tarafından özgürlük alanını kısıtlayıcı öneriler olarak değerlendirilebilir. Örneğin; sosyal medya hesap açılışlarında kişiyeye ait telefon numarası zorunluluğunun bulunması, toplumumuzda geçmiş zamanlarda yaygın şekilde kullanılan ‘mahlas’ geleneğini kısıtlar gibi görünmektedir. Burada mahlas kullanımına dair herhangi bir şekilde engelleme yoktur. Bu öneri doğrultusunda bu mahlası kullanan kişi sadece devlet tarafından bilinecektir. Bu önlemlerin sunulması herhangi bir şekilde fikir ve ifade özgürlüğünün kısıtlanmasını tasvip etmemektedir. Özgürlüğün devlet tarafından kısıtlanması ancak bireylerin sınırsız özgür olarak diğer bireylerin özgürlük alanına müdahale etmeleri durumlarında uygun görülebilir. Bu önlemlerin temel gayesi de eğitim faaliyetleriyle ve bireyleri etik değerlere teşvik eden eylemlerle düzeltilemeyen sorunların ortaya çıkışının zaruri sınırlandırmalarla engellenmesidir. Fakat, bu tedbirler alınırken dikkat edilmesi gereken birkaç husus daha ortaya çıkmaktadır. Örneğin, e-devlet veya telefon numarası ile hesap açma, giriş yapma gibi faaliyetlerin her biri, kişisel verilerin korunması meselesini de beraberinde getirmektedir. Bu sebeple, bu verilerin en güvenli şekilde korunması için Dijital Dönüşüm Ofisi bünyesinde, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı bünyesinde veya yeni oluşturulabilecek örneğin; ‘Türkiye Büyük Veri Merkezi’ gibi bir kurum/kuruluşla verilerin barındırılması sağlanabilir. Bunun devlet açısından bir maliyet oluşturacağı düşünülürse, bu konuda da ilgili sosyal medya şirketlerine kiralama yoluyla alan verilip gider-gelir dengesi oluşturulabilir.

SONUÇ

1989’da literatüre dahil olduktan sonra kamu yönetimi camiasında ciddi yankı uyandıran yönetim kavramı, yıllardan bu yana gelişerek tartışmaların odak noktası olmaya devam etmiştir. Dünyada teknolojik bağlamda yaşanan son değişimlerle ve 21. yüzyıl ile birlikte dijital çağın başladığı bilinmektedir. Hayatın her alanına etki eden dijitalleşme toplumların, devletlerin, kavramların, bilimin kapılarını tümüyle değişime açık hale getirmiştir.

2005'te Dunleavy ve yazar arkadaşları tarafından ortaya koyulan 'dijital çağ yönetişimi' de değişimin etkisini gösteren en önemli kavramlardan biridir. Özü itibariyle vatandaşın yönetim süreçlerine aktif katılımını öngören yönetişimin dijital kanallar aracılığıyla gerçekleşmesi de dijital çağ yönetişimi olarak ifade edilebilir. Önceki paragrafta aktarıldığı üzere 'dijital çağ yönetişimi' kavramı var olduğu günden bu yana gelişerek büyümeye devam etmiştir. Son dönemlerde internetin ve sosyal medyanın dünya genelinde devasa bir şekilde yaygınlaşmasıyla birlikte bu kavram, sosyal medya yönetişimi olarak şekil değiştirmeye başlamıştır. Nitekim, sosyal medya ve yönetim-hukuk ilişkilerine bakıldığında, vatandaşlar sosyal medya üzerinden gerek hükümet gerek yerel yönetim gerekse yargı organlarının faaliyetlerine müdahil olmaktadır. Bu duruma bakıldığında aslında yönetişim kavramı sosyal medya üzerinden doğal bir şekilde faaliyete geçmektedir. Bu da son dönemlerde 'sosyal medya yönetişimi' olarak adlandırılmıştır.

Çalışma dahilinde odaklanılan diğer önemli bir husus ise, içinde bulunduğumuz dijital çağa yönelik gereken tedbirlerin hangi boyutlarda alındığıdır. Gerçekleştirilen araştırma ve incelemeler neticesinde ülkemizde Cumhurbaşkanlığı bünyesinde kurulan Dijital Dönüşüm Ofisi, Türkiye Büyük Millet Meclisi bünyesinde kurulan Dijital Mecralar Komisyonu ve 5651 sayılı kanunda yapılan değişiklikler kapsamında dijital çağın beraberinde getirdiği bazı yenilik ve sorumlulukların devlet tarafından açıkça tespit edildiği ve oluşturulan politikalar doğrultusunda hem hukuki hem de pratik bağlamda adımların atıldığı saptanmıştır. Özellikle, Dijital Dönüşüm Ofisi'nin '*Dijital topraklarımızı korumayı ulusal güvenliğimizin en önemli bileşeni olarak görüyoruz...*' sloganı bu konudaki hassasiyeti açıkça vurgular niteliktedir. Bunların yanı sıra, çalışmamız perspektifinden bakıldığında, bazı önlemler alınması doğrultusunda tavsiyelerde bulunulmuştur. Bunlar da sosyal medya hesaplarının açılışı ve girişi aşamalarında e-devletin aktif bir şekilde kullanılması, ilgili kurumlar bünyesinde büyük veri merkezinin oluşturulması ve verilerin sıkı sıkıya korunması gibi hususlardan oluşmaktadır.

İçinde bulunduğumuz dijital çağ, henüz başlangıç aşamasındadır. Bundan sonra dünyayı devasa gelişmeler beklemektedir. Bu sebeple, dijitalleşmenin farklı boyutlarına odaklanıp gerek politika önerilerinin geliştirilmesi gerekse siber güvenlik gibi ulusal güvenliğimizi güvence altına alabilecek tedbir önerileriyle devlet ve dijitalleşme arasındaki dengenin bulunmasında katkı sağlamak doğrultusunda çalışmaların yapılması önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Bapat, S. S. (2018), Digitalization in Marketing, *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD) International Open Access Journal*, sn:57-63
- Dunleavy P., Margetts H., Tinkler J. (2005), *New Public Management Is Dead—Long Live Digital-Era Governance*, Oxford University.
- Eryılmaz, B., (2017) *Kamu Yönetimi*, Umuttepe Yayınları, 10. Baskı, İstanbul.
- Flew, T. (2015), *Social Media Governance*, SM+S Dergisi, Cilt:1 Sayı:2.
- Nohutçu, A. (2002), *Evolution of Public Policymaking Witffln The Dynamics of Governance in The Field Of Tourism: The Turkish Case*, Yayınlanmış Doktora Tezi, ODTÜ.
- Nohutçu, A. (2022), *Türkiye'nin İdari Yapısı Kanunnâme Kaymakamlık Kod:54*, Savaş Yayınevi, Cilt:3
- Özer, M.A. (2017), *Yönetişimden Dijital Yönetişime: Paradigma Değişiminin Teknolojik Boyutu*, *Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, Cilt:6, Sayı:16.

Saran, U., (2004), *Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma*, Atlas Yayıncılık, Ankara.

Yörükoğlu, E. (2021), *Dijital Yönetişim Çağında Bir Liderlik Modeli Önerisi: İnsan Odaklı Dönüşümcü Liderlik*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Medeniyet Üniversitesi.

Zerfass, A., Fink, S., Linke, A., (2011), *Social Media Governance: Regulatory Frameworks As Drivers of Success in Online Communications*,

International Public Relations Research Conference, Holiday Inn University.

İnternet Kaynakları:

WeAreSocial: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/> (Er. Tar.: 11.09.2023)

NTV Manşet: <https://www.ntv.com.tr/turkiye/19-yasindaki-tugbaya-iskence-uygulayan-baba-tahliye-edildi,En-jSQtEeU2S5sPdwXqzow> (Er. Tar.: 14.09.2023)

Euronews Haber (Bakan açıklaması): <https://tr.euronews.com/2019/10/09/kizina-iskence-yapmakla-suclanan-baba-goruntuler-sosyal-medya-gozalina-alindi-video> (Er. Tar.: 14.09.2023)

Euronews Haber 2020: <https://tr.euronews.com/2020/08/19/turkiye-de-adaleti-artik-sosyal-medya-mi-sagliyor> (Er. Tar.: 14.09.2023)

Dijital Dönüşüm Ofisi: www.cbddo.gov.tr (Er. Tar.: 14.09.2023)

Dijital Mecralar Komisyonu: www.tbmm.gov.tr (Er. Tar.: 14.09.2023)